

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر جذب مشتری در روش بازاریابی توسط ایمیل

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

سمانه غلامی - دانشجو، کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، موسسه آموزش عالی راهبرد شمال، رشت، ایران

عباس ابراهیمی - استاد دانشگاه، دکتری مدیریت صنعتی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر تلاش نموده، عوامل جذب مشتری در روش ایمیل مارکتینگ که یکی از ابزارهای مهم عرصه تجارت الکترونیک و مشخصاً بازاریابی اینترنتی می باشد را بررسی نماید. بدین منظور با مشورت و جمع آوری نظرات افراد متخصص در این زمینه پرسشنامه ای با 27 سوال طراحی و بین جامعه آماری با اعضای نمونه 106 نفر پخش و داده های مورد نظر جمع آوری گردید. سپس با استفاده از روش آماری تحلیل عاملی و بهره گیری از نرم افزار اس پی اس اس و تجزیه و تحلیل نتایج آن به 5 عامل اصلی در جذب مشتری در روش ایمیل مارکتینگ با اولویت اول تا پنجم دست پیدا کردیم:

کلمات کلیدی:

بازاریابی اینترنتی، خرید اینترنتی، ایمیل مارکتینگ، مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/472227>

